Comisión de Turismo
S/C

Versión Taquigráfica N° 1654 de 2003

PROGRAMA DE PROMOCIÓN DE TURISMO PARA EL AÑO 2003

LLAMADO A LICITACIÓN POR EL MINISTERIO DE TURISMO ESPECIALMENTE HOTEL 5 ESTRELLAS EN EL DEPARTAMENTO DE ROCHA

CENTRO DE PROPIETARIOS DE ÓMNIBUS DE TURISMO DEL URUGUAY (CEPROTUR)

Versión taquigráfica de la reunión realizada el día 19 de marzo de 2003

(Sin corregir)

PRESIDEN: Señores Representantes Enrique Pérez Morad (Presidente) y Yeanneth Puñales Brun (Vicepresidenta).

MIEMBROS: Señores Representantes Roberto Arrarte Fernández y Artigas A. Barrios.

INVITADOS: Por el Ministerio de Turismo: señores Ministro, doctor Pedro Bordaberry; Subsecretario, contador Roberto Acle; doctora Marta Casal, Directora General; y arquitecto Guillermo Ceretti, Asesor Técnico.

SEÑOR PRESIDENTE (Pérez Morad).- Habiendo número, está abierta la reunión.

La Comisión tiene el agrado de recibir al Ministro de Turismo, señor Pedro Bordaberry, al señor Subsecretario, contador Roberto Acle, al Asesor Técnico, arquitecto Guillermo Ceretti y a la Directora General, doctora Marta Casal. El orden del día que hoy nos reúne tiene tres puntos. Uno de ellos se refiere a la descripción del programa de promoción para el año 2003. El segundo punto tiene que ver con el llamado a licitación llevado a cabo por el Ministerio de Turismo en el hotel cinco estrellas del departamento de Rocha y el tercero se refiere al Centro de Propietarios de Ómnibus de Turismo del Uruguay, CEPROTUR. En cuanto a este último, pretendemos conocer la opinión del señor Ministro respecto a las palabras vertidas por dicho Centro en la sesión anterior, cuya versión taquigráfica le fuera remitida.

En consideración el primer punto del orden del día.

SEÑOR SUBSECRETARIO DE TURISMO.- Simplemente, quiero decir que tengo que retirarme antes de que finalice la sesión, pues debo viajar a Buenos Aires a recibir un premio que el Ministerio ganó por una exposición en la que participó. Quiero hacer partícipe a la Comisión de que nuestro "stand" fue premiado.

SEÑOR PRESIDENTE.- En nombre de los integrantes de la Comisión y del señor Diputado Arrarte Fernández, por el departamento de Rocha, que hoy nos acompaña, les hacemos llegar las felicitaciones al Ministerio por el premio obtenido.

SEÑOR MINISTRO DE TURISMO.- En cuanto al primer tema, que es bastante extenso, he preparado una presentación en Power Point, porque es más fácil de seguir. No sé cómo es la mecánica de trabajo, pero podemos dejar la presentación para ser incorporada a la versión taquigráfica. Esta es la estrategia 2002-2003 del Ministerio de Turismo y es el fruto de un trabajo que hicimos en el mes de octubre con nuestros técnicos en una especie de reunión de tres días, donde planificamos los grandes caminos que estamos siguiendo en el desarrollo del turismo.

Este era el plan 2002-2003 de la temporada de verano y para todo el año 2003. No podemos ir a los aspectos más concretos, pero estamos a su disposición para responder preguntas. Obviamente que la temporada de verano no la vamos a incluir porque ya estamos en la etapa de la evaluación.

Los grandes temas de discusión para el año 2003 son los objetivos, el desarrollo y gestión de productos y subproductos, los mercados, la promoción y la medición. Los objetivos que nos hemos fijado en el 2003 apuntan a terminar de posicionar la marca país Uruguay Natural. El otro es el incremento de llegadas y de la circulación interna de turistas. Es tan importante que lleguen turistas como que haya circulación de turistas uruguayos. También nos hemos propuesto el desarrollo de nuevos productos y subproductos, la cuantificación y medición -nos parece esencial saber si lo que estamos haciendo tiene o no efecto-, el acceso a nuevos mercados y el crecimiento de los existentes.

En lo que refiere al posicionamiento de la marca país Uruguay Natural entendemos que hay que terminar de posicionarla internamente. Es un trabajo que se le ha encargado al Ministerio de Turismo aunque es una marca país, de todos, a pesar de que nosotros somos los que estamos llevando el posicionamiento. Hay una cantidad de cosas que ya se hicieron. Los señores legisladores circulan por la ciudad de Montevideo y verán cosas tan notorias como los taxímetros; los que circulan por las rutas habrán visto banderas o "stickers". Estamos haciendo convenios con asociaciones gremiales, con la Cámara de Comercio del Uruguay, la Cámara de Industrias del Uruguay, la Cámara Uruguaya de Turismo y con la Dirección General de Secretaría del Ministerio de Deporte y Juventud, a fin de que todas las delegaciones que salgan del país lleven la marca.

En cuanto a la participación en eventos, el año pasado tuvimos el apoyo de la señora Natalia Oreiro, que cuando se presentó en Viña del Mar, en forma gratuita y como aporte al país lució la marca, al igual que lo hizo en el Estadio Centenario. En todos los eventos que se hicieron durante toda la temporada en la costa se incluía expresamente la marca país, sin mencionar al Ministerio de Turismo. Parece que poco a poco el país entero está adoptando la marca.

Otro tema es el desarrollo de productos y subproductos. Obviamente, tenemos identificado cinco productos: eventos y congresos, sol y playa, ecoturismo, termal y cultural. A su vez, estos mismos productos tienen subproductos, como la caza, la pesca, el juego y la diversión. Para el desarrollo de estos productos y subproductos se utilizan herramientas de inversión del Ministerio. Por supuesto que no tiene un gran presupuesto, pero hemos estado aplicándolo de la mejor forma posible. Recordemos lo que fue el amoblamiento para la observación de ballenas y este año tenemos un proyecto similar para el avistaje de aves. Además, dentro de quince o veinte días se podrá inaugurar un parador en el Salto del Penitente a través de un llamado que se hizo el año pasado. También se hicieron inversiones en la Calera de las Huérfanas, en Punta del Diablo, en la Posta del Chuy en Cerro Largo y en el Museo del Canto Nacional a orillas del río Olimar en Treinta y Tres. Asimismo, se realizó una batería de baños en las Termas de Almirón en Paysandú y el cerramiento de una piscina en la zona termal de Daymán el año pasado. Esas herramientas permiten el

desarrollo del producto y son puestas por el Ministerio en coordinación y en acuerdo con los Gobiernos Municipales.

Otra herramienta que se utiliza es la de promoción de destinos específicos, la concesión de bienes del Estado, las exoneraciones impositivas para facilitar la inversión, de acuerdo con la ley de promoción de inversiones y con el Decreto 124 de 2001, el trabajo de asistencia conjunta con los operadores y la señalética y mapas. Estamos trabajando con los operadores y hemos terminado nuestra tarea en lugares como San Carlos, Piriápolis, Santa Lucía en Canelones, Sauce, Colonia del Sacramento y Minas de Corrales en Rivera. Estamos trabajando con la gente de Tacuarembó y Rivera, de San Gregorio de Polanco, de Paso de los Toros, de Florida, de Atlántida, de Santo Domingo de Soriano, de los circuitos termales y con la de Fray Bentos.

Una herramienta que queremos seguir desarrollando es el fomento de los planes de excelencia. Primero se pretende terminar los ya existentes. Existe un plan de excelencia y una ordenanza proyectada para Villa Serrana y a la de Punta del Diablo no me tengo que referir. Puedo informar que el día 21 se termina la solución habitacional del último poblador que estaba sobre la playa y, por ende, se va a tirar abajo la casa que estaba en la playa de los pescadores. Sobre el éxito turístico que ha tenido Punta del Diablo este año no tengo que hablar mucho porque fue uno de los lugares con mejor comportamiento, y no solo por el plan de excelencia, a pesar de que lo hizo más agradable y lo dotó de un nombre y de una identidad, fomentándolo. El plan de excelencia de Santa Lucía Romántica lo estamos llevando a cabo con una ONG privada, que es la Asociación 1782, y con la Intendencia Municipal de Canelones. También estamos llevando adelante el de Sauce, Minas de Corrales -cuyos pobladores están previendo que dentro de cuatro o cinco años la mina va a cerrar y quieren reconvertirse al turismo para seguir teniendo fuentes de trabajo-, Rivera, Tacuarembó, Las Cañas, Fray Bentos, Colonia, San Carlos, Curuguaty en Montevideo y Florida.

Nos parece importante el apoyo de las fiestas locales. Se debe tener un calendario de información recíproco en convenio con las Intendencias y el Ministerio tiene que hacer una promoción específica de cada evento. En este sentido, el Ministerio ha participado en lo que va del año en la Semana del Mar, en el Festival Folclórico de Durazno, en la Patria Gaucha y en el Festival de los Parques de Santa Teresa. Su próxima participación es en la Semana de la Cerveza en Paysandú y en el festival a orillas del río Olimar en Treinta y Tres. También hay promoción de días especiales, como el de la madre y el del padre, así como el desarrollo de un calendario de fiestas locales del país, con algunos problemas porque a los uruguayos nos cuenta fijar las fechas con mucha antelación. Obviamente que existen otras fechas importantes a lo largo del año como Minas y Abril, etcétera.

El primer producto que estamos desarrollando es el de ciudad y negocios. Nos parece importante terminar de posicionar a Uruguay como destino y en eso nuestra estrategia es acceder a embajadores del producto y a entidades gremiales. A tales efectos hemos confeccionado un "kit", con un video, un DVD, información en computadora y revistas. Es una suerte de valijita que se terminó de confeccionar la semana pasada. Semanalmente desayunamos con Presidentes de gremiales, médicos, abogados, ingenieros o entidades veterinarias, a fin de hacerles ver que cuando concurran a congresos internacionales pueden pasar por el Ministerio y ayudar al país proponiendo a Uruguay como sede del próximo evento. A tales efectos les suministramos todo. Lo único que tienen que hacer es pedir la palabra y entregar lo que nosotros les damos. Vamos a hacer llegar a los señores legisladores ese "kit" para que lo vean. Estamos tratando de tener de aliados a los profesionales del país que, en su mayoría, son muy bien considerados, pero que muchas veces dudan si proponer al país como sede por todo lo que significaría juntar el material. Hay organizadores profesionales de congresos dispuestos a trabajar y el Ministerio les da todo el material para transformarlos en embajadores del producto ciudad y negocios. Queremos concretar la estrategia laboral. También estamos creando bancos de datos en reuniones con empresas y estamos analizando el acceso a ferias. El año pasado el Ministerio fue a la principal feria de congresos y convenciones junto con los operadores privados en Ginebra y estamos analizando concurrir a otra más. Vemos que hay posibilidades de desarrollo en ciudad y negocios -en especial en la primera- con la reapertura del Hipódromo de Maroñas, que va a ser un atractivo muy grande, por lo menos al principio, dada la inversión que se está haciendo. Eso va a ser para Montevideo una nueva oportunidad desde el punto de vista del turismo.

En lo que se refiere al producto sol y playa, terminada la temporada de verano, ya tenemos pronta una reglamentación, creando una marca de certificación que se inscribe en la Dirección General de la Propiedad Industrial que certifica la calidad ambiental de las playas. Este es un trabajo que hemos hecho con el nuevo Director General de Medio Ambiente. A la playa que cumple con esos nuevos requisitos se le pone un

distintivo y se le promueve porque tiene la calidad ambiental suficiente. De esta forma cumplimos con dos cometidos. La mayoría de nuestras playas tienen esa calidad y, por ende, es una ventaja comparativa. Además, incentivamos a las personas del lugar y a los Gobiernos Municipales a cuidar esa calidad ambiental, porque el certificado es por un año. Esto está asociado al concepto y al cuidado de Uruguay Natural. Nos parece que es un muy buen trabajo para que el producto sol y playa funcione durante todo el año y se llegue a la temporada con una certificación. Nosotros establecemos los requisitos junto con la DINAMA, pero son privados los que pueden hacer la certificación y luego se los señaliza con una bandera que se está diseñando en estos momentos.

El segundo tema dentro de ese producto es la caracterización de los "campings". En las zonas de playa hay muchos pero todavía no están claras las características de cada uno, es decir, si cobran o no, si ofrecen parcelas exclusivas, parrilleros, duchas, etcétera. Nos parece que es muy importante tener una caracterización de lo que ofrece cada "camping"; esperamos contar con esa información para la próxima temporada.

Queremos seguir con la señalización de las carreteras y balnearios. En ese sentido, se ha mejorado mucho; de acuerdo con un estudio realizado por el Ministerio, hace un año y medio al país le estaban faltando unos 650 carteles en las carreteras. El año pasado se colocaron 350 y queremos terminar los 300 que faltan, pero es indudable que uno encuentra hoy más cartelería que hace un año. Esperamos seguir trabajando en ese sentido; es parte de nuestra estrategia.

También pretendemos terminar el amoblamiento para el avistaje de ballenas y aves y quizás agregar alguno más para ballenas; obviamente, esto requiere coordinación con los otros productos.

En cuanto al ecoturismo, vamos a seguir con el amoblamiento, levantando torres de avistaje y, además, construyendo senderos interpretativos. Ya estamos trabajando en Las Cañas y tenemos proyectos en Cerro Largo, en el Santa Lucía, cerca de Santiago Vázquez, y en otras zonas del país. Se trata de utilizar los instrumentos de inversión que posee el Ministerio.

Vamos a seguir con el llamado a concesión de parques, islas y otros bienes. Hoy en día existen muchos bienes del Estado que no solo están totalmente inexplotados sino también descuidados. Entonces, sin perder su condición de parques públicos para el acceso del público, nos parece bueno que haya alguien que los explote adecuadamente. Creo que a fin de mes vence un llamado que hicimos por el Parque Roosevelt y estamos terminando el pliego para el llamado por la Isla de Lobos; junto con la Intendencia de Rocha hicimos un llamado por la Isla del Padre y con la Intendencia de Treinta y Tres por la Quebrada de los Cuervos. En todo caso, privilegiamos el desarrollo del lugar y de la infraestructura frente a los ingresos; no estamos persiguiendo la obtención de ingresos para el Estado sino una correcta utilización de los bienes.

También estamos incentivando el desarrollo de subproductos. En el ecoturismo tradicionalmente se hablaba de las estancias o de disfrutar de la naturaleza en forma genérica; hoy en día hay productos muy desarrollados como la caza y vamos a poner mucho énfasis en que la pesca es un producto enorme a desarrollar. En ese sentido, tenemos un proyecto en ejecución en la desembocadura del Río Negro; este domingo sale el primer contingente de pescadores hacia allí y la DINARA ya dictó una ordenanza prohibiendo la pesca comercial desde la desembocadura del Río Negro hasta Palmar. Estamos trabajando con la Prefectura, la Policía, asistentes sociales, sociólogos y especialistas en medio ambiente en la reconversión laboral de los 25 pescadores artesanales que están en Santo Domingo de Soriano; se trata de que se conviertan en guías de pesca. Para ello se ha hecho un acuerdo con la Asociación Uruguaya de Pesca, que todos los domingos va a estar mandando entre 40 y 50 pescadores a ese lugar, para que sean clientes de esos pescadores artesanales que se van a reconvertir. Los informes sobre este tema -que son voluminosos- están a disposición de la Comisión.

Para el avistaje de aves vamos a levantar un amoblamiento especial; en la época correspondiente nos vamos a encargar de las ballenas.

También apuntamos al turismo rural y a las fiestas locales.

Ya existen parques nacionales y áreas protegidas; debemos incentivar más su utilización, porque nos parece que los uruguayos no tenemos una cultura de uso de esos parques, que son muy buenos.

Tenemos que profundizar el relacionamiento con las ONG y también desarrollar rutas y caminos. El Ministerio seleccionó un proyecto como parte de su inversión para el año 2002, que se llama el camino del interior y nace en la Sierra de la Ballena, toma las Rutas Nos. 12 y 60, pasa por Lavalleja, corta hacia Florida y termina en la Meseta de Artigas. La gente puede hacer este trayecto caminando, a caballo o por cualquier otro medio. Cada determinado número de kilómetros hay lugares de hospedaje -a precios muy módicos-; están la Asociación de Alberguistas y también hay operadores turísticos. La primera etapa de este trayecto va hasta Villa Serrana; es la que se inaugura este viernes.

También estamos trabajando con AFE en un proyecto que involucra las vías que el Ente ya no utiliza ni utilizará nunca más; se trata de hacer corredores verdes en los que la gente haga distintos deportes, caminatas, cabalgatas, etcétera.

Obviamente, queremos incentivar los parques temáticos porque es muy importante que existan en el país; en ese sentido estamos trabajando con la Intendencia de Durazno.

SEÑOR PRESIDENTE.- ¿Podría darnos más detalles sobre la intención de dar en concesión la Isla de Lobos y su entorno? Quisiera saber si se ha hecho un estudio medioambiental del posible impacto negativo que esto podría.

SEÑOR MINISTRO DE TURISMO.- En el llamado trabajamos con la Dirección Nacional de Medio Ambiente y con la Dirección Nacional de Recursos Acuáticos. La DINARA ha exhibido una política muy restrictiva y ha incluido una cláusula por la que no se permite que haya más de 30 personas por vez en la isla. También ha establecido determinadas zonas de la Isla a las que los turistas no pueden acceder y, de común acuerdo con el concesionario, se pone a su cargo la construcción de barandas de madera por donde puedan circular los turistas para observar a los lobos, alejados del lugar en el que están los animales. Es decir que todos los consejos de los expertos en el tema se han tenido en cuenta. Obviamente, hay épocas del año en las que se afecta más a los lobos, principalmente, en la de celo, pero lo cierto es que se han tenido en cuenta todos los elementos. Si uno consulta a un técnico quizás nos pueda decir que lo mejor sería que nunca fuera nadie porque así los lobos estarían tranquilos, pero creo que tenemos que conjugar la no afectación de la situación de los lobos con la posibilidad de realizar una explotación turística. Tengamos en cuenta que antes se mataba a los lobos y aun así el recurso siguió estando ahí; yo creo que si planteamos que se vaya a observar, a estudiar a los animales en ese lugar, eso no los va a afectar. Tenemos una de las poblaciones de lobos marinos más grandes del mundo; también tenemos leones marinos y elefantes marinos. Nos parece que hay que tratar de aprovechar esto de la única manera en que se puede aprovechar la naturaleza sin afectarla: con el ecoturismo.

SEÑOR PRESIDENTE.- ¿Qué tipo de retorno tendría el Estado en ese emprendimiento?

SEÑOR MINISTRO DE TURISMO.- Creo que el principal retorno que uno tiene es que hay un recurso, un icono, que no se está explotando y que empezaría a explotarse. El año pasado coordinamos una entrevista con la CNN y el mundo entero quedó impresionado por lo que es el lugar. Hoy en día el muelle está derruido y las instalaciones de INAPE, donde se hacía la faena y se curtían los cueros, están abandonadas; tampoco no hay un sendero por el que se pueda observar a los lobos. Creo que el impacto mayor que va a tener esto es que en Punta del Este habrá una oferta turística inédita en el mundo, que va a ser un complemento de la oferta del verano tradicional; no debemos olvidar que la gente va a esa zona en verano porque hay sol y playa pero a fines de marzo o abril o en octubre y noviembre no concurre. Nuestra estrategia consiste en tratar de crear el equivalente al atractivo del sol y la playa el resto del año para desestacionalizar el turismo, y nos parece que ésta es una muy buena oportunidad para hacerlo. Ese es el retorno mayor que va a tener el país, y a esto hay que agregarle el avistaje de ballenas, de aves y de lobos marinos en la Isla.

En lo que refiere al turismo histórico-cultural, en los últimos dos años hicimos una inversión muy importante en La Calera de las Huérfanas -departamento de Colonia, entre Anchorena y Carmelo-, en la vieja estancia de Belén, en el Anglo, en el Museo de la Revolución Industrial de Fray Bentos, en la Posta del Chuy de Cerro Largo y en el Museo del Canto de Treinta y Tres. Esas inversiones en recuperación ya se terminaron; ahora pasamos a la fase dos, que es la promoción del destino para que la gente vaya. En muchos de esos lugares

estamos terminando algunas obras complementarias para la recepción de turistas; en el caso de La Calera de las Huérfanas estamos construyendo baños y un local que se pueda concesionar para que se ofrezca comida y bebida a quienes lleguen. También queremos promocionar el Museo del Canto y la Posta del Chuy; pensamos que esta última habría que concesionarla para su explotación.

En lo que refiere a museos entendemos que hay que seguir promocionándolos pero, ante todo, queremos invertir en el Museo de los Naufragios y en el Museo del Oro. Para el Museo de los Naufragios estamos haciendo una coordinación con la Intendencia de Maldonado, el Ministerio de Defensa Nacional y la Asociación Amigos del Faro, de Punta del Este. Como anticipo, en el mes de febrero de este año hicimos una muestra en Punta del Este que fue visitada por 12.000 personas; allí se exhibió apenas el 2% de lo que se ha sacado del fondo del mar. Nos parece que esto también es parte de la estrategia que se coordina con el producto sol y playa; decimos esto porque si coordinamos ese producto con el producto ecoturístico -por lo que atañe a la Isla de Lobos- y con el producto histórico-cultural -por lo que tiene que ver con el Museo de los Naufragios-, podremos lograr desestacionalizar el turismo de Punta del Este, ofreciéndole algo más a la gente. En cuanto a estos proyectos podemos decir que ya tenemos el dinero y ya hemos hecho un acuerdo con la Asociación Amigos del Faro, con la Intendencia de Maldonado y con el Ministerio de Defensa para hacerlo.

El Museo del Oro es el proyecto de Minas de Corrales, al que ya hicimos referencia; queremos dotar a Minas de Corrales del atractivo de una ciudad de mineros, de una ciudad del oro. Si han visitado Minas de Corrales habrán apreciado que bajo la ciudad hay galerías y sabrán que cuenta con la primera represa hidroeléctrica -la de Cuñapirú- y que puede ser un muy buen complemento del producto que llamamos del noreste, que incluye la estancia-aventura La Aurora, la ciudad de Rivera y la frontera, la bodega Cerro Chapeu de Rivera, Minas de Corrales, Tranqueras, el Valle de Lunarejo, Iporá, Tacuarembó, Valle Edén y, eventualmente, San Gregorio de Polanco y Paso de los Toros. Este es un producto entero a desarrollar como destino que tiene clientela interna en el Uruguay, clientela de paso en el verano con la gente que pasa por Rivera y la gran clientela tradicional de diez o doce ciudades de Río Grande del Sur que tienen entre 80.000 y 100.000 habitantes.

También apuntamos a la recreación de hechos históricos y reconstrucciones relevantes. Nuestro planteamiento -que ya fue aceptado por el señor Ministro de Defensa Nacional- es que en las fechas patrias, además del desfile y los discursos, haya una reconstrucción del hecho, similar a lo que el Ministerio hizo el año pasado junto con el CEPAE en la Fortaleza de Santa Teresa, el Día del Patrimonio Nacional. Esto hace mucho más atractivo el festejo en sí, más fácil de entender y tiene un gran valor turístico. Esta no es una idea nuestra; es algo que desde hace algunos años se viene haciendo en Europa, donde tengo entendido que este año se va a hacer la reconstrucción de la Batalla de Waterloo, en la que participarán miles de personas.

También seguimos adelante con los teatros históricos itinerantes; nos parece que hay un buen proyecto en ese sentido, con la idea de desarrollarlos por toda la ciudad. Hace un año se hizo una suerte de representación teatral el día que se lanzó la temporada turística aquí en Montevideo; el actor Omar Varela representó a Roberto de las Carreras y recorrió la Peatonal Sarandí, la Plaza Matriz y terminó dentro del Cabildo.

A la vez, estamos dándole apoyo al señor Ruben Collado y a otros buscadores de tesoros, porque nos parece que el rescate de los tesoros tiene un gran atractivo turístico. El rescate que está haciendo el señor Collado en la Playa Carrasco constituye un gran atractivo; su proyecto es sacar del fondo del mar el barco entero y nosotros haríamos una torre de avistaje para que los turistas lleguen y vean la forma en que está trabajando. Aclaro que esto ya se lo hemos planteado al Gobierno Municipal de Montevideo.

También seguiremos con los circuitos de cruceros por la Ciudad Vieja y vamos a ampliarlos. Al día de hoy hemos recibido cerca de 55.000 turistas y hemos tenido sólo dos incidentes, ambos aclarados por la Policía Turística. En un caso, un arrebatador fue capturado en el momento por la Policía y posteriormente procesado, y le fueron devueltos los bienes al turista; en el otro incidente actuó una funcionaria de la Policía Turística que vio el arrebato y, aunque no logró dar captura al arrebatador, logró recuperar los bienes y devolvérselos al turista. Esperamos que en estos cuatro barcos que quedan por venir pase más o menos lo mismo, porque el número de incidentes que se ha dado con esa cantidad de turistas que ingresó demuestra que la labor del Ministerio del Interior y de la Policía Turística ha sido muy buena. También queremos agregar nuevos detalles para el próximo año en todos esos circuitos. En ese sentido, el Ministerio aporta -dentro de su presupuesto- pasantes para los museos porque cuando llegan los barcos generalmente están cerrados, máxime si es fin de semana o feriado. En esos casos, como dije, el Ministerio aporta pasantes para que los museos

estén abiertos y los turistas puedan visitarlos. Además, vamos a desarrollar una cantidad de actividades en la nueva sede. El Ministerio, dentro de un mes, aproximadamente -cada día los técnicos lo postergan un poco más-, se mudará para el Depósito Santos, perteneciente a la Administración Nacional de Puertos, que es el edificio que queda a la entrada del Puerto, al lado del de la Aduana, en donde anteriormente se encontraba Buquebus. Esto nos permite pagar un alquiler mucho menor, ahorrar dinero y, además, nos coloca en una zona de la Ciudad Vieja que nos parece importante desarrollar, como es el Mercado del Puerto y una zona artística que se está haciendo frente a este Mercado. Pero lo más importante es que nos coloca en la boca de entrada de los turistas que vienen por vía fluvial, ya sea desde Buenos Aires o en cruceros, y por vía terrestre, a través de la Ruta Nº 1. Por lo tanto, tenemos que desarrollar una cantidad de actividades aprovechando la nueva sede y en el propio Mercado del Puerto.

Con respecto al desarrollo termal, queremos dar mayor vuelo al Aeropuerto de Salto. En ese sentido, parte de la inversión que se utilizará en el proyecto del Aeropuerto Internacional de Carrasco se usará para agrandar el Aeropuerto de Salto, a los efectos de que puedan bajar aviones de mayor porte.

También pretendemos fomentar las actividades recreativas y de entretenimiento. Nos parece que el producto estaba encarado, principalmente, como de descanso, relax y salud, y por ello tenemos que aprovechar que hay dos parques acuáticos en la zona, uno de los cuales ha abierto recientemente. Consideramos que eso es importante y que la zona debe acceder a nuevos mercados, como son Córdoba, Santa Fe y Río Grande, ya que tradicionalmente recibía afluencia turística de Entre Ríos, Corrientes, muy poco de la Provincia de Buenos Aires y mucho de Uruguay. Para ello desarrollaremos fiestas y eventos como incentivo.

Obviamente, deberemos analizar si todo esto que acabamos de decir que estamos haciendo sirve o no; debemos cuantificarlo y medirlo y no solo sobre elementos contables, sino también atendiendo a indicadores cualitativos. En realidad, debemos evaluar si ingresó más dinero, turismo de mayor calidad y otra serie de elementos que tomamos en cuenta. Para ello, trabajamos junto con el Banco Central del Uruguay y algunos encuestadores. Nos parece que el seguimiento es esencial, en especial en la concurrencia a ferias. Anteriormente, concurríamos a algunas ferias y después no sabíamos si realmente había servido. Por ello, el Ministerio, en la Feria Internacional de Turismo realizada en Buenos Aires el año pasado, hizo un gran esfuerzo al presentarse y realizar un "stand" -no mucho más grande que otros años- con un buen diseño, el cual nos llevó mucho tiempo. Cabe destacar que por ese diseño nos dieron un premio, pero me hubiera gustado que nos dieran un premio por la cantidad de negocios que concretó dicho "stand". Si bien nos llena de orgullo que nos hayan otorgado ese premio, y por ello felicitaremos a sus diseñadores y creadores, reitero, nos gustaría contar con elementos que permitieran extender una felicitación por la cantidad de negocios que se concretaron, que me parece que es lo que nos tiene que interesar. Y para que se puedan concretar negocios hay que contar con formularios. Cada operador que concurra a nuestro "stand" debe realizar un informe.

En lo que refiere a la promoción podemos decir que estamos tratando de acceder a nuevos medios. Obviamente, queremos darle una gran importancia a Internet, ya que el año pasado tuvimos mucho éxito, teniendo en cuenta la cantidad de consultas realizadas. Los primeros estudios de la temporada revelan que han aumentado mucho las consultas y que es mucha la gente que decide su destino consultando a Internet. De todos modos, también hay otros medios, como la vía pública -en la que estamos incursionando- y el "mailing" dirigido. Asimismo, estamos lanzando un proyecto junto con una empresa francesa -fruto de un llamado que hicimos el año pasado para desarrollar una base de datos del país- para sacar una tarjeta turística, por la cual ya hemos firmado el contrato para crear esa base de datos.

También estamos llevando a cabo alianzas estratégicas con empresas públicas y privadas; el año pasado lo hicimos con el Shopping Punta Carretas y ese año con Portones Shopping y Montevideo Shopping y ahora las estamos realizando con DHL. En ese sentido, cada vez que sale un paquete de Uruguay a cualquier parte del mundo lleva un folleto de nuestro país. También hemos realizado este tipo de alianza con Victoria Ortiz, que tiene cinco tiendas en la región; cada vez que una de sus tiendas vende una prenda se entrega un folleto de Uruguay. Asimismo, las hemos llevado a cabo con el CEPAE, quien con el tique del peaje le regala un día, con los Hoteles Barceló, quienes toman el valor del peaje como dinero para pagar el hotel; con la administración del Parque Anchorena, que también con el valor del peaje otorga dos entradas gratuitas para el parque; con la Dirección General de Casinos, con quien realizamos un acuerdo en el verano para el Casino Nogaró y ahora llevamos a cabo otro para el Casino de Salto Grande. Y seguiremos intentando hacer acuerdos con empresas privadas para desarrollar el turismo, midiendo siempre el costo por impacto. Nos parece muy importante que por cada peso que invierte el Estado en publicidad se realice un estudio previo

para saber a cuánta gente le llega y cuánto cuesta esa llegada. Y, por ende, que ese estudio sea determinante para elegir el medio en el cual el Estado está invirtiendo para comprar publicidad.

Por otra parte, estamos trabajando en los fondos de ayuda, que es algo que votó este Parlamento el año pasado. En ese sentido, estamos realizando convenios con la Cámara Uruguaya de Turismo para crear fondos: el Estado aporta una cantidad de dinero y la entidad privada también para promocionar los destinos y así multiplicar la promoción. Ya hemos elaborado el calendario de promociones de todo el año y luego, si tenemos tiempo, puedo mostrarlo a los integrantes de la Comisión.

Por otra parte, realizaremos la feria de turismo interno -que tradicionalmente se hace en los meses de octubre o noviembre- en la primera mitad del año para aprovecharla todavía más. Además, aspiramos a tener un equipo estable de promoción, junto con los operadores privados.

Nos parece muy importante controlar las contrapartidas de promoción y utilizar la página Web, tal como lo venimos haciendo. En el mes de noviembre instauramos la página Uruguaynatural.com y está teniendo una gran aceptación y ahora pretendemos instalar WEB CAMS, que son pequeñas cámaras -luego las mostraremos- en distintos destinos turísticos. En ese sentido, cualquier persona puede ingresar a UruguayNatural.com y ver si está entrando gente por la frontera de Salto y cómo está el día, o ver cómo está el clima en San Pedro del Timote, si hay gente en Gorlero, apreciar el clima en el puerto de Maldonado, o ver cómo está el día y la situación en el Gaucho en la avenida 18 de Julio o en el Entrevero. Eso lo podemos mostrar a los señores Diputados porque hemos hecho la conexión, lo cual es muy simple; cualquier persona lo puede hacer todos los días. Inclusive, con este sistema se pueden enviar "e-mail" y decirle al destinatario que nos puede mirar a tal hora porque le vamos a mostrar, por ejemplo, a nuestro hijo, a quien pondremos delante de una de estas cámaras; una de ellas se encuentra en el Shopping Tres Cruces. Todo este trabajo comenzó a realizarse en el mes de noviembre y, por suerte, el sector de informática del Ministerio ya lo instauró.

Asimismo, pretendemos instalar el servicio de Roaming, por el cual hemos realizado un acuerdo con ANTEL, como así también mejorar la previsión de gastos. Nos parece que si tenemos definido todo lo que vamos a hacer durante el año, podemos realizar mejor la previsión de los gastos y establecer la forma en que vamos a ir pagando, lo cual ayudará al Ministerio de Economía y Finanzas cuando vayamos a pedir los dineros necesarios.

En este momento, en el Ministerio tenemos encargados de países, que nos informan acerca de lo que está sucediendo en cada país. Para ello hemos elaborado un mapa personal de América del Sur; no se trata de un mapa político, sino comercial. En dicho mapa tenemos distintos países como son la Provincia de Buenos Aires y la Mesopotamia argentina. Otro país está conformado por Córdoba, Santa Fe y Entre Ríos; otro es Río Grande del Sur, otro la ciudad de San Pablo, otro Uruguay, otro Chile, otro Paraguay y otro es Región y cada uno tiene un encargado que investiga el mercado, los comportamientos, las oportunidades y actividades de la competencia, lee noticias, tiende vínculos con operadores, se informa de los feriados que tienen y juntos diagramamos una estrategia para atacar esos mercados directamente.

La meta inmediata la constituye una mayor presencia en Santa Fe y Córdoba, debido a que el próximo 19 de marzo se iba a inaugurar el puente Rosario- Victoria, lo que fue trasladado para el mes de mayo. Nos parece que el país tiene una gran oportunidad en esa zona. También se pretende aumentar la presencia en Chile y aumentar de abrir Río Grande. Al final de la temporada han venido más chilenos que paraguayos. Esto no se debe a que hayan venido menos paraguayos sino a que, si bien vinieron más paraguayos de lo habitual, vinieron más chilenos que paraguayos. Es decir, que se ha ampliado la matriz de clientes del país después de esta temporada y nos parece importante seguir ampliándola y consolidarla.

Por otra parte, pretendemos ingresar en la etapa de promoción del turismo interno. Hasta ahora hemos realizado una campaña para revalorizarlo y para decirle a los uruguayos lo bueno que es, pero ahora hay que promoverlo directamente. Creemos que en la cabeza de los uruguayos hay una cantidad de destinos y ahora debemos promocionarlos. Sin embargo, no debemos descuidar la Provincia de Buenos Aires que es nuestro principal cliente. Asimismo, debemos realizar promociones concretas fuera de la región. En ese sentido, estamos ideando un plan para ir a España.

(Ocupa la Presidencia la señora Representante Yeanneth Puñales Brun)

——Además, estamos pensando en América del Norte, Reino Unido, España, Italia, Alemania y Francia. Con España, junto a los operadores, estamos realizando una promoción concreta, al igual que con Francia, atendiendo el turismo de la tercera edad. La folletería que hemos realizado está en inglés y español y está siendo traducida en francés y alemán, y la página Web está en varios idiomas y en inglés. Esto no le ha costado nada al país porque llevamos a cabo un acuerdo con un liceo y los estudiantes, como parte de sus tares, están realizando las traducciones, las que son incluidas en nuestra página; de esta manera todos nos ahorramos dinero. Hemos tenido algún problema porque ciertos nombres fueron traducidos literalmente. Por ejemplo, Cerro Largo, estaba traducido como Long Hill, Treinta Tres como Thirty Tree y Salto, Jump; pero, salvo esas literalidades, el trabajo quedó muy bien y pudimos incluirlo.

Por otra parte, el Ministerio ha concurrido a algunas ferias regionales. Estuvo en la FITUR de Madrid, en la BIT de Milán, en la SEATRADE de Miami, a donde concurrió con Argentina en ejecución del convenio que firmamos en el mes de febrero con la Secretaría de Turismo de Argentina en el departamento de Colonia. En ese sentido, vamos a promocionar juntos el destino extrarregional. Eso ya se concretó en la feria de Miami y en el crucero en donde fuimos; es notorio que el destino del crucero no es Uruguay ni Argentina, sino la región. Así nos presentamos y esperamos seguir en ese camino. También fuimos a la feria ITB en Berlín.

SEÑORA PRESIDENTA (Puñales Brun).- ¿Concurre solo el Ministerio?

SEÑOR MINISTRO DE TURISMO.- El convenio se maneja de la siguiente manera: en el caso de SEATRADE van los privados, nosotros y la Administración Nacional de Puertos. Lo que hacemos en ese caso es costear los gastos, aunque no en forma proporcional -que sí lo es para ellos- porque nosotros pagamos la mayor cantidad. Nosotros queremos que los operadores privados comiencen, poco a poco, a asumir el pago de una mayor parte del costo de estas salidas, si bien ellos se pagan el pasaje, el alojamiento y aportan una cantidad de dinero para costear el "stand". De todos modos, aspiro a que en el día de mañana los gastos sean cincuenta y cincuenta. Nos parece que hay una parte de justicia y de presencia institucional del país que tiene que estar en el "stand", y otra comercial, que también debe estar; creo que esta parte se debería compartir.

Volviendo a las ferias, quisiera mencionar que concurriremos a IMEX en Frankfurt y a WTW en Londres; en estas ferias los "stand" ya están diseñados y los diseños son diferentes según el lugar en donde se encuentren. El "stand" que se montó el año pasado en la feria de Buenos Aires estaba dedicado a la playa, contenía un faro y muy buenas fotos; en cambio, cuando vamos a Europa apelamos más a la naturaleza. Y el diseño que expondremos en el mes de noviembre de este año en la feria de Buenos Aires estará volcado a lo histórico y cultural y se relacionará con el departamento de Colonia.

Asimismo, concurrimos a las ferias regionales realizadas en Río de Janeiro, en Buenos Aires -a la que hacía referencia-, en Chile, como así también al Festival de Turismo de Gramado.

El certificado de playa refiere a la certificación de las playas, lo cual haremos este invierno con la DINAMA.

Por otro lado, tenemos el plan de medios para la República Argentina y a partir del mes de marzo pensamos concurrir. Como podrán apreciar se toma la base histórica que elaboramos en los últimos dos años entre lo que está incluido prensa, Internet y vía pública. En los meses de junio y julio iremos a radio y en agosto estaremos en Internet; ojalá pudiéramos estar todos los meses, pero no es así. Asimismo, en el mes de setiembre volveremos a aparecer en la radio, en la prensa gráfica y en la vía pública y en octubre, noviembre y diciembre lo haremos en televisión, como complemento de lo anterior.

Estas cosas también pueden sufrir cambios debido a las circunstancias. En este momento el mundo entero, lamentablemente, está mirando la CNN, y nosotros tuvimos la suerte de que ese canal de CNN hace aproximadamente un mes realizara un programa sobre Uruguay, el cual exhibió el fin de semana y lo repite el día de hoy. Se trata de un programa que dura treinta minutos sobre el destino Uruguay, en el que se habla del ecoturismo, la tranquilidad, etcétera. También estamos pautando un aviso -que también les voy a mostrar- en CNN destacando esos aspectos del Uruguay, porque nos parece que tenemos que aprovechar esta oportunidad.

Las siguientes transparencias refieren a Chile, Uruguay y Paraguay.

Por otro lado, considero importante mostrarles los avisos que hemos elaborado para la Semana de Turismo, en ejecución de esta estrategia.

Lo que estamos apreciando es la promoción rumbo a Semana de Turismo, que es lo que hoy estamos haciendo. En este caso, lo que hacemos es costo por impacto, de acuerdo con la cantidad de gente a la que se llega. Quizás lo más sencillo de explicar sea la elección de las radios. Se puede ir a una radio de noticieros a las seis de la mañana, a una de opinión a las ocho y a una de entretenimientos en la tarde, que tiene un personaje que todos conocen y con eso nos aseguramos el 80% del universo. La transparencia que vemos en este momento contiene datos técnicos, gráficas y estudios de audiencia; lo aplicamos así y es bueno decirlo dado lo que sucedió últimamente. Por primera vez vamos a ir a la vía pública en el interior. Como se acerca Semana de Turismo tenemos que atacar al interior. En Argentina vamos a hacer contrataciones que nos quedaron del verano y que las vamos a aprovechar para turismo. Estamos yendo a Rosario, vamos a seguir yendo a Chile y a continuar con los acuerdos, porque Lan Chile quiere volver con la promoción porque le fue muy bien. PLUNA también quiere continuar. Tanto es así que Lan Chile está poniendo un avión más grande y PLUNA está poniendo el nuevo avión grande dos veces por semana en el vuelo a Santiago para atender esta demanda cuando antes daba pérdidas.

Los avisos que se publican destacan los beneficios en los peajes. Estamos imprimiendo un librillo que tiene mil opciones para pasar turismo en Uruguay. Hay volantes con beneficios que se distribuyen en los peajes en acuerdo con el Ministerio de Transporte y Obras Públicas. Por ejemplo, si se presenta el tique del peaje de la Ruta Nº 1, kilómetro 107, tiene dos entradas gratis al Parque Anchorena. Transformamos algo malo, como es el desembolso del peaje, en algo un poco mejor. Hicimos un acuerdo con el Hotel Barceló, donde el costo del peaje se toma como parte de pago de la habitación. Estamos tratando de que los restoranes se animen a regalar un postre con el tique del peaje. El 17% de los que pasaron por el peaje en el verano fueron al Casino Nogaró y jugaron. El Casino tuvo un 55% más de venta de fichas y cerca del 70% compró más fichas. Esperemos que estos otros beneficios también sirvan

Queremos destacar los parques acuáticos de las termas. En Chile seguimos tocando el tema del precio, porque su moneda es más fuerte.

En la página "uruguaynatural.com", en la opción destinos se puede ver en vivo lo que está pasando en Tres Cruces, 18 de Julio, Salto Grande, el Puerto de Punta del Este y el Paso de Frontera de Salto.

Ahora tenemos la promoción "Tu tabla de 'surf' viaja gratis", que hicimos con las empresas de ómnibus que van a Rocha, debido a un gran reclamo de los "surfistas". En enero sacamos un decreto por el cual extendimos por dos años el plazo por el que los turistas pueden dejar sus autos en Uruguay. La gente no puede usar sus autos lujosos en sus países de origen por miedo a los robos y secuestros. Por ese motivo, los dejan acá y vienen los fines de semana a usarlos.

Es impresionante la cantidad de consultas que hemos tenido este verano en la página web. La encuesta realizada indicó que cerca del 15% de los turistas eligieron su destino por Internet, cuando antes era de un 2% o un 3%; hubo un crecimiento fenomenal.

SEÑORA PRESIDENTA.- Pasamos a considerar el segundo punto del orden del día.

En la sesión pasada conversamos sobre el interés que tiene esta Comisión en interiorizarse en lo relativo a la licitación de un hotel cinco estrellas en el departamento de Rocha.

SEÑOR MINISTRO DE TURISMO.- En ese sentido, recordará la señora Presidenta que la ley de reactivación del año pasado incluyó una disposición legal que establecía que el Ministerio de Turismo tenía que hacer un llamado para esa zona. Apenas entró en vigencia la ley, lo reglamentamos y enseguida hicimos un llamado a expresiones de interés que venció el lunes pasado. Se trataba, en primer lugar, de consultar al mercado acerca de las condiciones de un llamado a concesión de este tipo.

Se presentaron dos grupos manifestando interés. Hoy a las once de la mañana se reunió la Comisión y abrió los sobres, o sea que no tenemos todavía una información definitiva, pero sí podemos adelantar que uno de los proyectos se presentó para la zona de La Esmeralda -que, en principio, estaría fuera del llamado, que abarcaba la zona entre La Coronilla y Punta del Diablo; quizás cuando se haga el llamado a concesión la zona

pueda ser ampliada- y el otro proyecto refiere a la zona de Santa Teresa. Se acercaron dos grupos más que no manifestaron su interés por escrito pero sí compraron pliegos; uno de ellos expresó su voluntad de participar en un llamado posterior. Creo que el monto de la inversión que proponía uno era cercana a los US$ 50:000.000 y el otro manejaba un monto de alrededor de US$ 30:000.000. Sobre la base de estas expresiones de interés vamos a hacer el llamado público a concesión de un casino privado con la inversión correspondiente. Quiero aclarar que lo que dije no significa que vaya a haber una inversión de US$ 50:000.000 o de US$ 30:000.000; lo aclaro porque quizás después estos datos puedan ser recogidos por la prensa y estas cosas hay que manejarlas con mucho cuidado. Hasta que no se concrete formalmente todo uno no puede hablar con seriedad.

Esta es la información que tenemos al día de hoy; en tres o cuatro semanas esperamos tener pronto el pliego para establecer, en un plazo muy breve, el llamado a concesión para un casino privado en esa zona.

SEÑOR BARRIOS.- Creo que el llamado establecía que el proponente debía aportar el predio ¿o el predio lo aporta el Estado?

SEÑOR MINISTRO DE TURISMO.- Lo dejamos abierto; nos pareció que en esta primera instancia que el Estado se pusiera a limitar las condiciones no era adecuado. Sí hicimos especial hincapié en el tema del medio ambiente, en la generación de un negocio turístico viable y rentable todo el año y en inversiones de primera línea. Podríamos haber hecho lo que se hacía en el pasado: llamar a concesión de un casino privado que incluyera la construcción de un hotel con determinadas características, etcétera, marcándole al privado el negocio. Pero hace ya tiempo que lo que hacemos es, primero, consultar al mercado y luego hacer el llamado. Esto tiene dos motivos; por un lado, genera el interés de más gente y, por otro, nos ayuda a hacer un llamado mucho más lógico desde el punto de vista de las posibilidades de los privados. Esta es la situación.

Lo que nosotros pensamos que un privado puede hacer es ampararse en otra norma de la ley de reactivación que permite solicitar la concesión de un bien del Estado a cambio de un proyecto turístico y obliga al Estado a hacer un llamado para esa zona, si realmente hay interés. O sea que tendría que citarse otra norma por parte del particular, solicitando la concesión del casino y, además, la concesión de determinada tierra. En todo caso, se evaluará.

SEÑOR BARRIOS.- Yo planteé la pregunta porque la idea original que conversamos con el ex Ministro Varela tenía que ver con los predios propiedad del Estado en la Fortaleza; luego se llamó para una zona más amplia, lo que hace suponer que quien se presenta también propone el lugar. ¿Se supone que el interesado tiene que disponer del predio en el que se va a instalar el emprendimiento? Ésa es mi duda. ¿Quienes se presentan ahora dicen que se quieren instalar en La Esmeralda porque tienen la concesión o la propiedad de un predio o simplemente lo plantean como interés?

SEÑOR MINISTRO DE TURISMO.- Se trata de dos oferentes diferentes; el de La Esmeralda dice que tiene la tierra y que se va a instalar allí, el otro quiere instalarse dentro del Parque Santa Teresa. Esas son las dos propuestas, pero todavía no las hemos analizado. Reitero que abrimos los sobres hoy a las once de la mañana; si quieren mayor ampliación podemos pedirle al arquitecto Ceretti que nos aporte datos, pero insisto en que recién se van a poner a estudiar las propuestas.

SEÑOR BARRIOS.- No es necesario; ya se nos ha aclarado bastante.

Voy a plantear otra pregunta. Desde luego, ustedes ya conocen a los oferentes ¿consideran que son operadores de primera línea, confiables, dedicados a la actividad? ¿Entienden que las propuestas son serias?

SEÑOR MINISTRO DE TURISMO.- En todos los proyectos turísticos existen dos partes nítidamente diferenciadas y, en el caso de que se incluya un casino, tres: el dueño de la tierra y del inmueble, el que hace la inversión, es el inversor; el que opera el hotel -que a veces participa en un porcentaje no necesariamente mayoritario de la propiedad- es una cadena internacional, y quien opera el casino es otro operador. Les cito un ejemplo muy claro. Hubo un grupo de inversores que invirtió en el Conrad

bajo la forma Baluma S.A.; a su vez, quien opera el Hotel es la Cadena Hilton y quien opera el casino es Park Place Corporation, un operador de casinos. Las participaciones son distintas.

En primer lugar, lo que nosotros vamos a chequear junto con el Banco Central y el Ministerio del Interior es de dónde proviene el dinero del grupo inversor; nos preocupa que el dinero provenga de donde tiene que provenir y por eso siempre controlamos ese factor. En segundo término, tenemos que asegurarnos que el operador hotelero sea de primera línea y de que tenga un proyecto rentable. En tercer lugar, hay que controlar que el operador del casino también cumpla con esos requisitos. Aclaro que sé que uno de los operadores de casinos que he mencionado ocupa el segundo lugar a nivel mundial; sobre los otros todavía no sé mucho.

En esta etapa nos manejamos con cartas de intención de participar, con expresiones de interés, no hay seguridades; de todas formas, chequeamos todo lo que les acabo de mencionar. Si las propuestas son serias, vamos a hacer el llamado.

SEÑORA PRESIDENTA.- El señor Ministro menciona que un oferente tiene interés en que el emprendimiento se instale dentro del Parque Nacional. Precisamente, una de las preocupaciones de Rocha es tratar ese lugar como parque histórico; sería muy buena cosa que se tuviera como premisa preservar el Parque Nacional, que no sólo pertenece a Rocha sino que es parte del acervo histórico de todo el país. Si bien nadie va a oponerse a la construcción de una obra tan importante para el país y para el departamento, no queremos que se enclave en el centro del Parque; lo planteo como sugerencia personal, no sé qué opinan los otros colegas de Rocha. Para nosotros, el Parque Nacional es una superficie verde de muchísima importancia.

SEÑOR MINISTRO DE TURISMO.- Estoy totalmente de acuerdo con usted. Había un proyecto para instalar esto en Cerro Verde y yo me opuse rotundamente; como es obvio, también me opondría a que esto se hiciera en la Fortaleza o en la Capatacía. El Parque es muy grande; tiene zonas hacia la Laguna Negra y hacia el otro lado de esa laguna. Creo que el legado de Horacio Arredondo para Rocha y para el país, sin lugar a dudas, tiene que ser preservado.

El Ministerio está trabajando en señalética de ecoturismo con CEPAE y en la instalación de torres de avistaje de ballenas, aves y tortugas en Cerro Verde y en la playa. Coincido totalmente con que eso debe preservarse como parque. De todos modos, no creo que un hotel cinco estrellas necesariamente vaya a afectarlo porque el Parque es muy grande, pero si lo afectara, no se podría permitir su instalación. Esto forma parte de nuestras premisas y estará incluido en el llamado que no se afecte el ambiente ni el Parque; va de suyo, porque estaríamos destruyendo lo que tiene de atractivo el lugar.

SEÑORA PRESIDENTA.- Lo tenemos presente porque, generalmente, cuando se termina este tipo de trabajo y viene al Parlamento -por diferentes circunstancias y porque no es una de sus facultades- llega todo organizado. Por eso solicitamos al señor Ministro que tenga presente al Parque de Santa Teresa, ya que el espacio verde en Rocha es inmenso y esa zona también.

SEÑOR MINISTRO DE TURISMO.- Doy mi palabra y están tomando nota de ello las taquígrafas. Creo que las palabras tomadas por las taquígrafas tienen un obvio valor. Por lo tanto, si yo no respeto mi palabra, la señora Presidenta me lo hará recordar, como corresponde, dada su condición de legisladora. Además, coincido plenamente con la señora Presidenta.

SEÑORA PRESIDENTA.- Se pasa a considerar el tercer punto del orden del día: "Centro de Propietarios de Omnibus de Turismo del Uruguay, CEPROTUR"

Creo que el señor Ministro recibió la versión taquigráfica de la sesión en la que contamos con la presencia de CEPROTUR. En dicha reunión se plantearon una serie de problemas que está atravesando en este momento el grupo de propietarios de ómnibus de turismo. Inclusive, creo que sobre el tema turístico hablaron con el señor Ministro en alguna oportunidad.

SEÑOR BARRIOS.- Una de las cosas que plantearon y que me pareció menos justa, fue la exigencia del aval que tienen todas las agencias de transporte turístico. Ellos nos manifestaron que quien tenía

un ómnibus debía poner el mismo aval que quien tenía 100 ómnibus. Puede ser que haya un fundamento para eso, pero a primera vista parece algo desproporcionado.

También plantearon que ha bajado muchísimo la calidad de los ómnibus de turismo, lo cual es verdad, ya que en la ciudad se pueden ver este tipo de ómnibus en muy malas condiciones. Ellos lo atribuían -ustedes nos dirán si es así-, fundamentalmente, a que los ómnibus del servicio carretero cuando dejan de ser útiles para las empresas de transporte regular, son transferidos -viejos y en malas condiciones- a personas que se dedican al transporte de turismo. Estuve analizando las normas y pude apreciar que son más exigentes para los ómnibus que se dedican al turismo internacional que para los de servicio interno; esto nos hace pensar en lo que está establecido en el Decreto, que no establece las mismas exigencias para el turismo interno. En definitiva, si damos muy buenas condiciones para los ómnibus que se destinan al turismo internacional, también las estamos dando para que la gente salga del país. Sería muy importante que el Decreto estableciera las mismas condiciones teniendo en cuenta el turismo receptivo, a fin de mantenerlo.

SEÑORA PRESIDENTA.- También hablaron de la omisión de registro de las empresas, lo cual constituía una de las cuestiones básicas. Ellos aducen que pagan todos los impuestos y que trabajan en forma legal; se repite la misma historia de la competencia ilegal que tienen con los informales. En ese sentido, nos hablaron de instrumentar algún mecanismo en conjunto para que sea obligatorio registrarse y pagar los impuestos.

SEÑOR MINISTRO DE TURISMO.- Esta es un área que refiere al turismo en la parte sectorial y también al Ministerio de Transporte y Obras Públicas, quien tiene una obvia competencia en todo esto. En esta situación se da una paradoja, ya que hay un Decreto de turismo que los regula y otro de transporte, que también lo hace; esto se da desde hace varios años, inclusive, antes de que comenzara este Gobierno.

Esta situación también excede al Ministerio de Turismo porque una parte esta regulada por el Ministerio de Transporte y Obras Públicas, y es la que refiere al transporte regular. A este tipo de ómnibus se los denomina como transporte no regular, pero no porque sean irregulares y estén en la ilegalidad -creo que esa es una de sus quejas-, sino porque no tienen regularidad en la prestación del servicio en la línea. Obviamente, a quien se le concede una línea regular para su explotación también se le otorgan algunos beneficios, como la exclusividad o que tengan una o dos empresas como competencia. Sin embargo, también se le exigen ciertas obligaciones, como la de cumplir con esos servicios haya clientela o no; y eso, obviamente, es una regulación del Ministerio de Transporte y Obras Públicas.

Lo que sucede en este caso es que el transporte de turismo no es regular, sino que, por su propia definición, se transporta a los turistas de un lado a otro en determinado momento.

En algunas ocasiones me he reunido con la gente de CEPROTUR y he palpado que lo que ellos quieren es que tomemos medidas para que no ingrese nadie más, es decir, para que se cierre el otorgamiento de permisos de ómnibus de turismo. Yo no estoy de acuerdo con eso. Creo que de esa manera se llegaría a una situación similar a la de los taxímetros, ya que no se otorgan más chapas para este tipo de automóvil. Pienso que ello aseguraría un mercado a un determinado grupo de empresas, con lo cual filosóficamente no estoy de acuerdo. Quizás esté equivocado, pero no estoy de acuerdo y no he escuchado argumentos que me hayan convencido en sentido contrario; estoy abierto a que me convenzan.

En lo que refiere a la exigencia del aval, en algunas cosas tienen razón y en otras no. Los integrantes de CEPROTUR dicen que a ellos se les exige el mismo aval que a una empresa que tiene 80 ómnibus; y aquí hay que distinguir algunas cosas. En primer lugar, esa empresa tiene el seguro de transporte que le exige el Ministerio de Transporte y Obras Públicas porque hace transporte regular, además del seguro del Ministerio de Turismo como empresa de turismo y no tiene los 80 ómnibus de la línea regular afectados al turismo. Por lo tanto, estas empresas no afectan toda su flota al turismo, sino a la línea regular, por lo que deben cumplir con todas las exigencias de esta línea frente al Ministerio de Transporte y Obras Públicas. En segundo término, hace aproximadamente dos años dictamos un Decreto previendo, precisamente, esta situación y permitiendo que se pudieran juntar bajo el paraguas de un solo aval muchos operadores turísticos. Es decir que si yo, por ejemplo, tengo una pequeña agencia de turismo me puedo juntar con otras dos o tres, realizar

un acuerdo con ellas y acogernos todas bajo el paraguas de un solo aval. De esa forma se puede bajar el costo.

A su vez, el año pasado el Ministerio habilitó a que se pudiera traer el aval de cualquier otra empresa y no solamente el del Banco de Seguros del Estado. En los hechos, ha surgido una nueva empresa en el mercado que está cobrando una cifra muy inferior por el aval, tratando de facilitar este tipo de situaciones.

Por otro lado, tienen razón -por ello elaboramos un Decreto que está circulando para su aprobación ante los distintos organismos- en cuanto a que tenemos que adecuar el valor del aval, que está establecido en dólares -no solo para ellos sino para todos los operadores turísticos- a la actual realidad, posterior al 20 de junio del año pasado. Todos estamos de acuerdo con que US$ 80.000 hoy, no es lo mismo que US$ 80.000 hace un año. Por más que el turismo internacional se mueve en moneda extranjera, el turismo nacional no lo hace y por ello debemos hacer una adecuación, y la estamos haciendo. Y, obviamente, al exigirse una cifra inferior, se verá afectado el monto de la prima que se pague y la garantía que se deba poner.

También estamos aprovechando esa situación -eso fue lo que nos demoró- para hacer una "rezonificación" en materia de inmobiliarias. Los señores Diputados recordarán que exigimos un aval de las inmobiliarias en zonas turísticas. Este Decreto ya tiene muchos años y hay zonas que han dejado de ser turísticas y pasaron a ser residenciales como, por ejemplo, la Ciudad de la Costa. Si bien hay operadores turísticos en la zona, la amplia mayoría de los arrendamientos son para casa-habitación. También sucede algo parecido en algunos lugares del departamento de Colonia. Por lo tanto, estamos realizando esa "rezonificación" para adaptarnos a la realidad.

SEÑOR BARRIOS.- El señor Ministro dijo que estas empresas se pueden unir con otras para conseguir el aval. Me gustaría saber si deberán constituirse en sociedades o cuál es el mecanismo a seguir.

SEÑOR MINISTRO DE TURISMO.- Lo que nosotros hacemos es tratar de que lleguen a un acuerdo. Se les permite formar sociedades de hecho y consorcios sin perder su individualidad; lo que hacen es un prorrateo. Nos pareció que esa era la mejor forma de solucionarlo. También es importante que haya competencia en el mercado de los seguros, porque si participa más gente, obviamente, bajarán los precios; que es lo que sucedió en los hechos. Además, debemos adecuar el monto del aval, que es lo que nos está faltando. Esto parece sensato, porque no es igual la venta que se hace hoy que la que se hacía hace un año y en dólares, ya que han debido adecuarse a esta nueva economía, posterior al 20 de junio, que hay en el país.

En lo que refiere a la baja de la calidad de los "buses" de turismo, debo decir que es una realidad. En ese sentido, teníamos un proyecto para obligar a hacer un cambio de las unidades pero, dada la situación general del país, lo dejamos en espera. Nos parecía que si exigíamos la renovación del parque de buses en este momento, mucha gente que está trabajando, sencillamente iba a tener que dejar de dedicarse al negocio porque no iba a tener la posibilidad de cambiarlo.

De la misma forma en que presentamos un proyecto de ley junto con el Ministerio de Economía y Finanzas, llevando la posibilidad de deducir las pérdidas de ejercicios anteriores en el impuesto a la renta de tres a cinco años, dada la situación general del país, nos parecía que insistir con que Uruguay debía cambiar todo su parque de buses en estos momentos, significaba poner la renovación de la flota a cargo de una cantidad de gente que no está en condiciones de hacerlo. Esperemos que todo mejore y que la gente pueda renovar dicha flota.

Por otra parte, voy a estudiar lo relativo al turismo internacional. En realidad, no lo tenía presente; he tomado nota y lo voy a estudiar.

Con respecto a la omisión de registrarse y a los irregulares puedo decir que hoy vimos -por suerte- a la Jefa de Inspectores con dos inspectores, en vivo y en directo, en Punta del Este, cumpliendo con su trabajo. El Ministerio de Turismo no tiene muchos funcionarios, pero los que tiene se dedican muchísimo a su tarea. En ese sentido, traje parte de las inspecciones que se hicieron desde octubre hasta febrero y las multas que impusieron. Entre octubre de 2002 y febrero de 2003 se multaron 56 inmobiliarias, 2 hoteles, 26 arrendadoras de coches, 30 agencias de viajes y 24 operadores no inscriptos.

En lo que refiere al transporte, debo decir que no podemos andar recorriendo las ciudades y las rutas -eso es competencia del Ministerio de Transporte y Obras Públicas- porque no tenemos capacidad para ello. Nos hemos apostado en los peajes, porque es el lugar adecuado, entre el 30 de octubre y el 5 de febrero y aplicamos doce sanciones por distintas infracciones. Vamos a seguir haciendo las inspecciones. Se han hecho muchísimas inspecciones y tratamos de ir al que no está registrado. Para eso contamos con el invalorable apoyo del sector privado, que es el que nos hace las denuncias y nos ayuda a cumplir con nuestro trabajo.

Nos parece -se lo hemos propuesto al señor Ministro de Transporte y Obras Públicas- que es ilógico que existan dos registros. Lo más lógico sería que hubiera uno solo y que funcionara donde están ellos pero con las exigencias que elevamos. Existe una confusión que es bueno tenerla en cuenta. No pedimos aval a una empresa de transporte porque es de transporte, sino porque trata con turistas; es una diferencia muy importante. Puede suceder que una agencia de turismo contrate el servicio de transporte y lo venda. Por ende, el responsable frente al Ministerio es la agencia. El problema es que muchas veces el transportista es a su vez transportista y agencia. ¿Cuál es la finalidad del aval ante el Ministerio? La exigencia del aval no implica asegurar el mercado a alguien. Yo no tengo por qué asegurar el mercado a alguien. La exigencia del aval es para asegurarnos que quien vende un servicio turístico lo preste. ¿Cómo funciona? Si usted va a una agencia de viajes, le venden una excursión, la paga y después cuando se presenta a reclamarla no le dan lo que compró, se presenta ante el Ministerio de Turismo y este detrae de la garantía lo que pagó. Si un turista alquila una casa, paga la seña y la inmobiliaria no entrega la casa, directamente se presenta ante el Ministerio y este le devuelve lo que pagó y lo detrae de la garantía. ¿Cuál es la razón histórica de la existencia del aval? Que el turista es una persona que está muy poco tiempo en el lugar y no tiene tiempo de concurrir a los tribunales a hacer un juicio. Entonces, el aval es una forma rápida de reembolsar al turista sin tener que llegar al juicio.

Hay dos temas distintos que el tiempo ha llevado a que se confundan. Hay algunas cosas que se han dicho que rechazo por el estilo, la forma y porque se han dicho frente a mí. No voy a entrar en el mismo nivel de las cosas que se han dicho aquí porque sería incurrir en una conducta equivocada. Me parece que están confundiendo el papel del Ministerio de Turismo en cuanto a la garantía en la compra de servicios turísticos, con el del Ministerio de Transporte y Obras Públicas en cuanto es regulador del transporte. Son dos cosas que tienen que analizarse separadamente, a pesar de que están vinculadas, pero yo estoy cumpliendo una finalidad y el Ministerio de Transporte y Obras Públicas otra.

Aquí se hace referencia a que se autorizaban ómnibus brasileños para suplir, cuando notoriamente el Ministerio en los últimos tres años se ha negado al ingreso de ómnibus brasileños, lo que le ha valido un enfrentamiento.

Hay otro tema que ha enojado a la Directora General. Me refiero a cuando dicen que en el Ministerio de Turismo no se les entrega la constancia de que están inscriptos porque se dice que no sirve para nada. Lo rechazo enérgicamente. Eso no es cierto y así me lo han informado los servicios del Ministerio. Seguimos otorgando certificaciones. Además, el que quiere puede entrar a la página web del Ministerio y comprobar quién está habilitado y quién no. A su vez, el Ministerio ha sacado avisos y ha hecho reuniones con gente que nuclea adquirentes de turismo para hacerles saber la importancia que tiene comprarle a gente que está inscripta. El año pasado hicimos infinidad de reuniones con Directores de liceos y Colegios, haciéndoles ver que cuando compraban a la gente inscripta regularmente estaban comprando seguridad, y al final se les iba a brindar el servicio. Hemos sacado avisos en la prensa y mandado cartas. Hemos perseguido a operadores del exterior que, sin inscribirse, venden excursiones. Lo hemos hecho y lo vamos a seguir haciendo. No podemos garantizar que no va a haber alguno que lo haga, pero sí podemos garantizar que vamos a emplear todos los medios a nuestro alcance para evitarlo.

Decir que no emitimos el certificado es una falsedad y la rechazo porque estoy seguro de que los funcionarios del Ministerio de Turismo están cumpliendo con su función.

SEÑORA CASAL.- Cuando tienen el aval al día cuentan con una constancia, pero la presentan donde quieren. Una copia queda en el Ministerio y la otra se les entrega a ellos. Sin duda que si vienen a pedir otra copia, si están inscriptos se la damos. Además, en la página web figuran solo los inscriptos. Kapatos tiene una empresa que se llama Sendas junto con Alonso y están inscriptos. La otra empresa de Kapatos es Kalatur y figura en la página web. Además, en varias oportunidades hemos dado la opción a los ómnibus de desengancharlos del decreto. Si solamente se dedican al transporte son

contratados por agencias, que tienen el aval. Entonces ¿para qué duplicar avales, si lo que se necesitaría para el transporte es el seguro de responsabilidad civil y nada más? Pero en eso no están de acuerdo. El tema es complicado, lo hemos tratado de todas las formas y nos hemos reunido un sinnúmero de veces, pero no es fácil.

SEÑOR MINISTRO DE TURISMO.- Además de esto hay algunas contradicciones. En la página 7 se dice que se le había pedido al Ministerio que saliera a inspeccionar y que no lo hizo; por otro lado, en la página 8 se expresa que salimos como locos a multar y que agarramos a unos pobres desgraciados y los multamos. Entonces, palo porque bogas y porque no bogas, palos. Nosotros cumplimos con la ley y con el decreto, pero reitero el concepto que manejaba la doctora Casal: nos interesa que quien contrata con turistas tenga el aval. No exigimos avales para que la gente no se pueda dedicar al transporte turístico; ésa no es la finalidad, ojalá hubiera muchos y muy buenos transportistas turísticos.

Ellos podrán ser clientes de una agencia que los contratara y tuviera el aval frente a nosotros o podrían manejarse ellos mismos como transportistas turísticos, como agencia.

Me preocupa también que se diga que se habría dado una cometa; no sé cómo traducir esto, no sé si hablan de un objeto celeste o de un soborno. Ellos dicen que hicieron un viaje para un liceo privado y no le dieron un cuerpo celeste -no sé cómo llamarlo- a la Directora de ese año, o sea que están diciendo que se lo dieron a la del año anterior. Nosotros rechazamos esto; nos parece que esto no se está planteando de la forma que corresponde ni con la altura con que el tema debe ser encarado. Personalmente, reitero que tendrían que estar inscriptos en el Ministerio de Transporte y Obras Públicas; si se van a dedicar a vender turismo y van a tratar con turistas, tienen que tener el aval para asegurarnos que van a cumplir con los servicios. Y punto; no hay vuelta. Estamos a disposición de la Comisión y de quien quieran para seguir analizando este tema.

SEÑOR BARRIOS.- Está claro lo que dice el señor Ministro y cuál es la finalidad del aval; eso surge del decreto. Se trata de cosas distintas; eso es para la actividad turística. Para cubrir las faltas que puedan cometer en la actividad turística no tiene nada que ver el decreto del Ministerio de Transporte y Obras Públicas, que exige otras garantías al transportista.

Está claro que las denuncias que se hicieron son graves pero no aportaron ningún elemento que ameritara que yo las tomara en cuenta; no se denuncia así, se denuncia de otra manera.

SEÑORA PRESIDENTA.- A nosotros nos había quedado la duda de la aplicación del decreto pero ahora tenemos todo claro.

La Comisión de Turismo agradece la presencia del señor Ministro, del señor Subsecretario y de la delegación que los acompañó.

Se levanta la reunión.